

<<关系营销>>

图书基本信息

书名：<<关系营销>>

13位ISBN编号：9787304050122

10位ISBN编号：7304050128

出版时间：2011-1

出版时间：中央广播电视大学出版社

作者：张占东 编

页数：271

字数：345000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<关系营销>>

内容概要

本书在广泛研究和系统总结现有关系营销理论成果和实践经验的基础上，多方比较、仔细推敲、承前启后、多元统一，以客户关系、客户忠诚为贯穿全书的主线，在集大成的基础上自成体系，既不遗漏重大理论问题，又使现有理论得以进一步深化。

本书以中国案例为主，兼顾国外著名案例，同时注重案例的经典性、规范性以及实用性。

本书共分为关系营销概述、关系营销的运作机理、关系营销的关键过程、关系营销的价值识别、关系营销的实施、关系营销的主要工具、关系营销策略七章，理论与实践并重，适合高校学生、营销人员、公关人员学习与参考。

<<关系营销>>

作者简介

张占东，北京大学访问学者、教授，现任河南财经政法大学国际经济贸易学院院长、教授、硕士研究生导师、学术委员会主任。

多次被评为校教学名师，是省级精品课程“国际营销学”负责人。

兼任全国贸易经济教学研究会常务理事，中国高等学校市场学研究会理事，河南省物流学会副会长。

近年来主持完成河南省软科学计划项目、社科基金项目等5项，参与完成国家社科基金项目、国家软科学研究计划项目2项，出版《管理学》《WTO与中国产业发展》《促销管理与策划》等6部著作，发表学术论文30余篇，获河南省科技进步二等奖等奖励4项。

<<关系营销>>

书籍目录

第一章 关系营销概述

- 第一节 关系营销的历史演进
- 第二节 关系营销的基本问题
- 第三节 关系营销的形态与市场模型
- 第四节 关系营销与相关课程

本章小结

自测练习题

第二章 关系营销的运作机理

- 第一节 关系营销的构造——基本模式
- 第二节 关系营销的中心——客户忠诚
- 第三节 关系营销的构成——梯度推进

本章小结

自测练习题

第三章 关系营销的关键过程

- 第一节 关系营销中的交互过程
- 第二节 关系营销中的对话过程
- 第三节 关系营销中的价值过程

本章小结

自测练习题

第四章 关系营销的价值识别

- 第一节 核心利益——客户价值
- 第二节 成本测定——客户分析
- 第三节 评价标准——客户份额

本章小结

自测练习题

第五章 关系营销的实施

- 第一节 关系营销的实施步骤
- 第二节 关系营销的控制
- 第三节 关系营销的实施措施

本章小结

自测练习题

第六章 关系营销的主要工具

- 第一节 俱乐部营销
- 第二节 定制营销
- 第三节 数据库营销
- 第四节 频繁营销
- 第五节 体验营销
- 第六节 互动营销

.....

第七章 关系营销策略

附录 自测练习题参考答案

参考文献

<<关系营销>>

章节摘录

版权页:第一章关系营销概述初识关系营销关系营销作为新的聚合点,它以市场为导向,把服务与质量有机地结合起来?关系营销的着眼点有两个,即赢得客户与保有客户?过去,市场营销的重点很大部分放在怎样赢得客户而不是如何长期保有客户上?关系营销的目的在于使服务?质量和营销三者环环相扣,把赢得客户与保有客户两方面结合起来?关系营销导向是将服务?质量和营销融为一体?客户服务和全面质量管理是以竞争为前提的,未来的竞争环境更加变幻莫测,这对公司的市场应变能力提出了更高的要求?与客户之间建立长期稳定的战略伙伴关系,更有利于公司与合作伙伴共享资源,培育和加强公司的市场竞争优势?通过本章的学习,你应该能做到:学习目标分析关系营销的产生背景和关系营销研究的新进展陈述关系营销的含义解释关系营销的本质特征阐述关系营销的原则用实例说明关系营销的作用描述关系营销的形态

<<关系营销>>

编辑推荐

《中央广播电视大学教材:关系营销》由中央广播电视大学出版社出版。

<<关系营销>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>